



NUTRITION *in* CITY ECOSYSTEMS

জ্ঞান ও চাহিদা

এগ্রোইকোলজিক্যাল অনুশীলনের মাধ্যমে উৎপাদিত পুষ্টিকর খাবারের চাহিদা বৃদ্ধি

সাফল্য
বাংলাদেশ



বর্তমান বিশ্বে ৮০০ কোটিরও বেশি মানুষের জন্য যে খাদ্য ব্যবস্থা রয়েছে তা এই জনসংখ্যার পুষ্টি চাহিদা মেটাতে এবং সরবরাহ করতে পারছে না। বিশ্বের প্রায় এক তৃতীয়াংশ জনসংখ্যা কোনও না কোনও ধরনের অপুষ্টিতে ভুগছে এবং অনেক দেশই সামাজিক প্রেক্ষাপটে অতিপুষ্টি, অপুষ্টি এবং মাইক্রো নিউট্রিয়েন্টের ঘাটতি এই তিন ধরনের অসুবিধার সম্মুখীন হচ্ছে।

দিন দিন মানুষ শহরমুখী হচ্ছে যার ফলে খাদ্য ব্যবস্থার চ্যালেঞ্জগুলো আরও বাড়ছে। মানুষের খাবার গ্রহণ ও পরিবেশনের ধরণেও পরিবর্তন এসেছে, যেমন অতিমাত্রায় প্রক্রিয়াজাতকৃত খাবার, যা খুব সহজেই এখন পাওয়া যাচ্ছে, এগুলোতে মানুষের আগ্রহ বাড়ছে, মানুষের খাদ্য আচরণে পরিবর্তন আসছে এবং এতে করে শহরায়নের খাদ্যাভ্যাসে একটি বদঅভ্যাস তৈরি হয়েছে। এর সাথে প্রাকৃতিক সম্পদের অবক্ষয় এবং পরিবেশ দূষণের ক্ষতিও দ্রুত এবং অপরিবর্তনীয় নগরায়নের ক্ষতি বাড়িয়ে তুলছে।

নিউট্রিশন ইন সিটি ইকোসিস্টেমস (NICE) প্রকল্প বাংলাদেশ (দিনাজপুর ও রংপুর), কেনিয়া (বুঙ্গোমা ও বুসিয়া) এবং রুয়ান্ডা (রুবান্ডা ও রুসিজি), মোট ছয়টি সেকেন্ডারি শহরে এগ্রোইকোলজির মাধ্যমে পুষ্টিকর খাবার উৎপাদনের সরবরাহ এবং চাহিদা বাড়ানোর মাধ্যমে দারিদ্র দূরীকরণের কাজ করছে। NICE প্রকল্প স্থানীয় সরকারের সাথে কৃষি, খাদ্য এবং স্বাস্থ্য ক্ষেত্রের সম্পৃক্ততা এবং সরকারি-বেসরকারি অংশীদারিত্বের মাধ্যমে পুষ্টি উন্নয়নের লক্ষ্যে স্থানীয় উদ্যোগকে সহজ করার জন্য, বিশেষ করে নারী এবং যুব উদ্যোক্তাদের ভূমিকার উপর জোর দিয়ে সেকেন্ডারি শহর পর্যায়ে কাজ করছে।

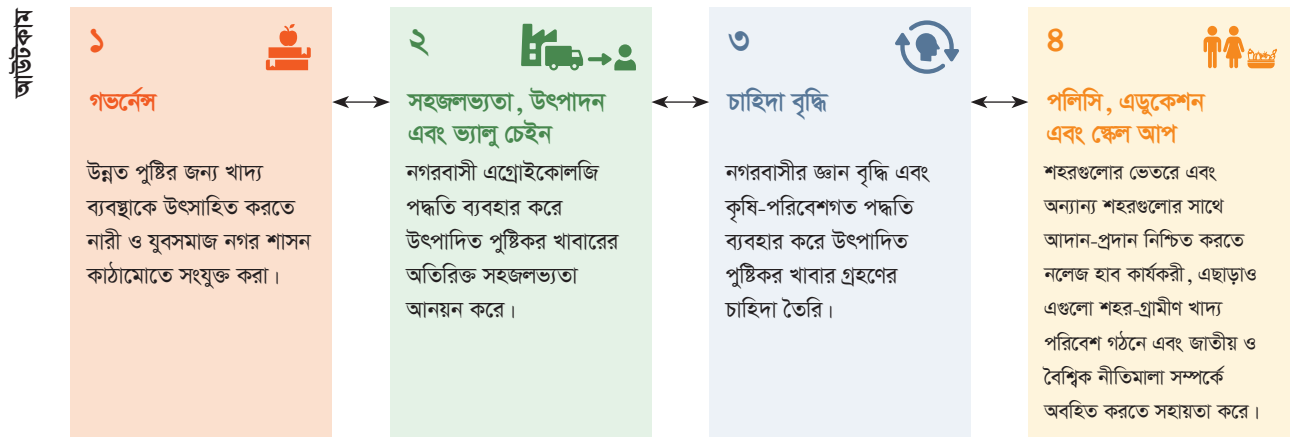
অংশগ্রহণমূলকভাবে নির্দিষ্টকৃত ফড ভ্যালু চেইনের জন্য বর্ধিত ও উন্নত উৎপাদন এবং চাহিদা বৃদ্ধিতে NICE প্রকল্পের মূল কার্যক্রম:

সেকেন্ডারি শহর হল ভৌগোলিকভাবে নির্ধারিত সীমানার মধ্যে গঠিত একটি নগর ব্যবস্থা, যা কেন্দ্রীয় ও স্থানীয় শাসনের সমন্বয়ে সরকার, পরিবহন ও উৎপাদন ব্যবস্থাপনার মাধ্যমে পরিচালিত হয়। সাধারণত, সেকেন্ডারি শহরগুলোর জনসংখ্যা একটি দেশের বৃহত্তম শহরের ১০-৫০% এর মধ্যে থাকে।

সূত্র: বিশ্বব্যাংক

ফারমার্স হাবগুলোর মাধ্যমে ক্ষুদ্র কৃষকদের সংগঠিত করা এবং এগ্রোইকোলজি এবং GAP প্রশিক্ষণ বৃদ্ধির পাশাপাশি, ভোক্তাদের লক্ষ্য করে জনসাধারণের পুষ্টি শিক্ষা এবং সামাজিক আচরণ পরিবর্তন প্রচারণা চালানো হয়। এর সাথে, খাদ্য ব্যবস্থা পরিচালনার সাথে জড়িত স্টেকহোল্ডারদের ক্ষমতায়ন ও সহায়তা প্রদানের মাধ্যমে আরও ভাল সহযোগিতা প্রদান নিশ্চিত করা হয়। NICE-প্রকল্প এর অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ কর্মকাণ্ড হচ্ছে পিয়ার-লার্নিং এবং নলেজ শেয়ারিং সেশন যা খাদ্য ব্যবস্থায় সক্রিয় ব্যক্তিদের জ্ঞান এবং দক্ষতার সাথে অর্থপূর্ণ খাদ্য ব্যবস্থার পরিবর্তনের উদ্দেশ্যে ক্ষমতায়ন উন্নয়ন এবং অনুপ্রেরণামূলক কর্মকাণ্ড পরিচালনার লক্ষ্যে কাজ করে।

এই লিফলেটটি NICE প্রকল্পের আওতাভুক্ত এলাকায় সম্প্রসারণমূলক কার্যক্রমের বিস্তারিত তথ্য তুলে ধরে, যার লক্ষ্য হলো এগ্রোইকোলজিক্যাল পদ্ধতিতে উৎপাদিত পুষ্টিকর খাদ্যের প্রতি জ্ঞান এবং চাহিদা বৃদ্ধি করা। (চিত্র ১)



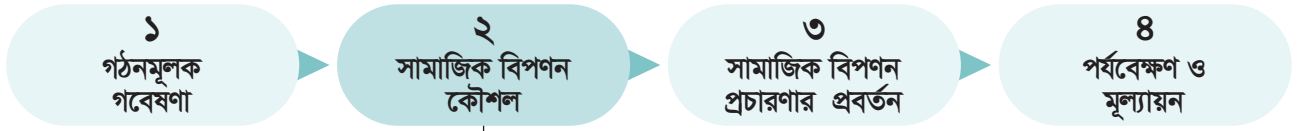
চিত্র ১: NICE প্রকল্পের চারটি প্রধান আউটকাম

এগ্রোইকোলজিক্যাল পদ্ধতি ব্যবহার করে উৎপাদিত পুষ্টিকর খাবারের চাহিদা তৈরি প্রয়োজন কেন?

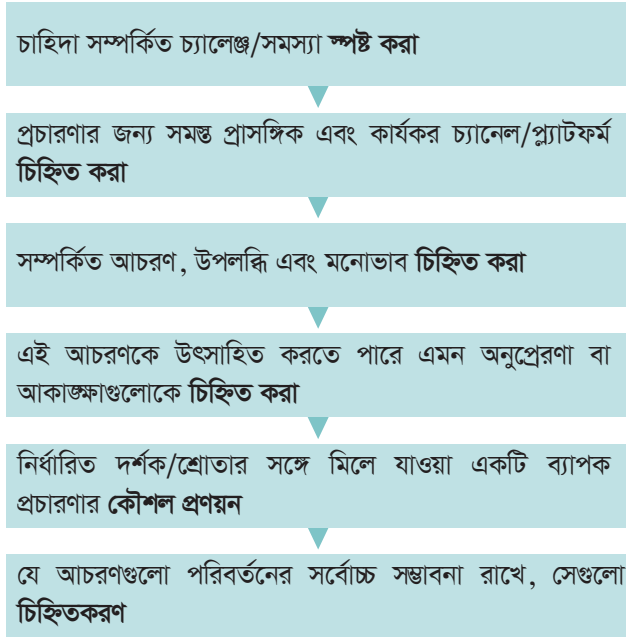
সবাই একমত হবেন যে খাবার সবসময় সহজলভ্য হলেও, সবাই তা গ্রহণ করতে পারে না। খাদ্য উৎপাদন বৃদ্ধি, সরবরাহ পদ্ধতি উন্নত করতে এবং পুষ্টিকর খাবারের চাহিদা এবং ব্যবহারকে ত্বরান্বিত করতে আমাদের সরবরাহ এবং তথ্য জানানোর বাইরেও কাজ করতে হবে এবং এর পরিবর্তে সহানুভূতিমূলক কারণ এবং সামাজিক প্রভাবের মতো কার্যকর ব্যবস্থা গ্রহণ করতে হবে।

একাধিক বিকল্প এবং ব্যাপকভাবে ছড়িয়ে পড়া ভুল তথ্যের জগতে, কৃষক ও ভোক্তাদের নিজেদের সম্পর্কে আমাদের নীতিনির্ধারকদের মূল ধারণা অর্জন করতে হবে এবং তাদের পরিবারের জন্য উন্নত উৎপাদন পদ্ধতি এবং ব্যবহার পছন্দের দিকে সামনে এগোতে হবে।

চাহিদা সৃষ্টির প্রচেষ্টায় চারটি ধাপ অন্তর্ভুক্ত রয়েছে:



চিত্র ২: চাহিদা সৃষ্টি প্রক্রিয়া প্রবাহ



চিত্র ৩: সামাজিক বিপণন কৌশল নকশা প্রক্রিয়া

নির্দিষ্ট একটি শহরের কমিউনিটিগুলোর আচরণ বুঝতে (১) গঠনমূলক গবেষণা করা হয়, যার মাধ্যমে (২) একটি সামাজিক বিপণন কৌশল তৈরি করা (৩) একটি সামাজিক বিপণন প্রচারণা কার্যকর করা হয়েছে। এই সামাজিক বিপণন প্রচারণা স্থানীয় সংস্কৃতি এবং আচরণের মাধ্যমে এগ্রোইকোলজিক্যাল পদ্ধতিতে উৎপাদিত পুষ্টিকর খাবারের প্রতি আকৃষ্ট করতে কৃষকদের অনুশীলন এবং ভোক্তাদের পছন্দকে ইতিবাচকভাবে প্রভাবিত করেছে। চাহিদা তৈরির প্রক্রিয়ার চূড়ান্ত ধাপ হল (৪) সামাজিক বিপণন প্রচারণার প্রভাব মনিটরিং এবং মূল্যায়ন করা যাতে কার্যক্রমগুলো আরও উন্নত হয় এবং এগুলো কমিউনিটি এবং স্টেকহোল্ডারদের সাথে নলেজ শেয়ারিং ত্বরান্বিত করে। নিম্নলিখিত বিভাগগুলোতে বাংলাদেশে বাস্তবায়িত চারটি ধাপ বর্ণনা করা হলো।

এগ্রোইকোলজির অনুশীলন কৃষিক্ষেত্রে প্রাকৃতিক কৃষি চর্চার ধারণা(টেকসই কৃষি ও খাদ্য ব্যবস্থার নকশা ও ব্যবস্থাপনায় ইকোলজিক্যাল ও সামাজিক ধারণা এবং নীতিমালার ব্যবহার) প্রয়োগ করে। NICE প্রকল্প বিশেষভাবে টেকসই খাদ্য ব্যবস্থার গঠনকারী ১০টি প্রধান এগ্রোইকোলজিক্যাল উপাদানের মধ্যে পাঁচটিকে কেন্দ্র করে কাজ করে: দক্ষতা, পুনর্ব্যবহার, বৈচিত্র্য, অভিযোজনক্ষমতা এবং সংস্কৃতি ও খাদ্য ঐতিহ্য।

সূত্র: এফএও

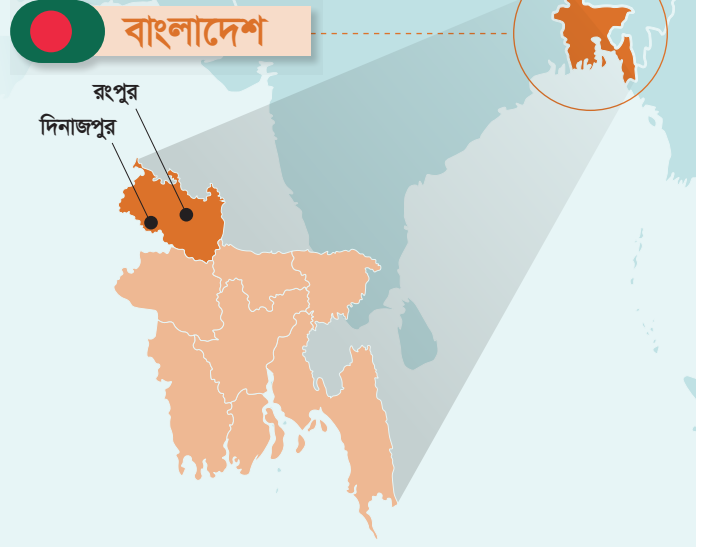
পুষ্টিসমৃদ্ধ ও স্বাস্থ্যসম্মত খাদ্য হলো এমন খাদ্য যা শরীরের জন্য অপরিহার্য ভিটামিন, খনিজ, অ্যামিনো ও ফ্যাটি অ্যাসিড এবং খাদ্য আঁশ সরবরাহ করে, একই সঙ্গে অপুষ্টির উপাদান, স্যাচুরেটেড ফ্যাট ও অতিরিক্ত চিনি কম মাত্রায় রাখে, ফলে সামগ্রিক সুস্বাস্থ্য ও পুষ্টি নিরাপত্তা নিশ্চিত করে।

সূত্র: GAIN

NICE প্রকল্পের জন্য আমরা কীভাবে গঠনমূলক গবেষণা ডিজাইন করেছি?

বাংলাদেশের অবস্থা:

এই গঠনমূলক গবেষণার উদ্দেশ্য ছিল কৃষি/কৃষক এবং ভোক্তাদের সাক্ষাৎকার নেওয়া যাতে বাংলাদেশের দুটি সেকেন্ডারি সিটি, দিনাজপুর এবং রংপুর এথনোইকোলজিক্যাল পদ্ধতি ব্যবহার করে উৎপাদিত পুষ্টিগত খাবারের জন্য ব্যাপক একটি সামাজিক বিপণন প্রচারণার উন্নয়নে সহায়তা করতে পারে এমন তথ্য পাওয়া যায়।



চিত্র ৪: এশিয়ার একটি অংশ এবং বাংলাদেশ সহ মানচিত্র, যেখানে রংপুর বিভাগ আছে, যার অভ্যন্তরে রংপুর এবং দিনাজপুর শহর অবস্থিত।

ব্যবহৃত গুণগত এবং পরিমাণগত গবেষণা পদ্ধতিগুলোর মধ্যে ছিল:

- গুরুত্বপূর্ণ তথ্যদাতার সাক্ষাৎকার (Key Informant Interview):** প্রচলিত খাবারের উৎস, ক্রয়ক্ষমতা, মূল্য নির্ধারণ এবং এর বিবরণ বোঝার জন্য আমরা শিক্ষকদের সাক্ষাৎকার নিয়েছি (মোট: ৪টি সাক্ষাৎকার)।
- বিস্তারিত আলোচনা (In Depth Interview):** আমরা গর্ভবতী এবং প্রসূতি নারীদের খাদ্য গ্রহণের অভ্যাস, স্বাস্থ্য ও পুষ্টি জ্ঞান এবং বিশ্বাস গভীরভাবে বোঝার জন্য একটি বিষয়ভিত্তিক নির্দেশিকা তৈরি করেছি। আমরা বাড়িতে গর্ভবতী এবং প্রসূতি নারীদের অভ্যাস এবং আচরণও পর্যবেক্ষণ করেছি (মোট: ১৮টি সাক্ষাৎকার)।
- কেনাকাটার সময়ে পর্যবেক্ষণ:** আমরা ক্রেতা আচরণ পর্যবেক্ষণের জন্য ঘরের প্রধান উপার্জনকারী (স্বামী) এবং গুরুত্বপূর্ণ সিদ্ধান্ত গ্রহণকারীদের (স্ত্রী) পর্যবেক্ষণ করেছি (মোট: ৪টি পর্যবেক্ষণ)।
- ক্ষুদ্র দলগত আলোচনা (Focused Group Discussion):** আমরা যুবক-যুবতী, মা এবং কৃষকদের সাথে মোট ২২টি আলোচনা পরিচালনা করেছি।
- সাংখ্যিক জরিপ:** আমরা ভোক্তাদের ধারণা, মনোভাব এবং আচরণের গভীরে অনুসন্ধান করার জন্য বাড়ির নারী সদস্যরা, প্রধান উপার্জনকারী এবং যুবক সহ ২৯০ জনের উপর জরিপ পরিচালনা করেছি (মোট: ২৯০ জন উত্তরদাতা)।

এই গবেষণায় ২৯০ জন উত্তরদাতার নমুনা নেওয়া হয়েছে এবং ভোক্তাদের ধারণা, মনোভাব এবং আচরণ বোঝার জন্য শিক্ষক, মা, বেতন/মজুরিভুক্ত, সিদ্ধান্ত গ্রহণকারী এবং কৃষকদের সাথে গুণগত অনুসন্ধান অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে খাদ্য ক্রয়, প্রস্তুতি এবং খাবার গ্রহণের উপর ফোকাস করে পারিবারিক প্রক্রিয়া বোঝার জন্য নারী এবং যুবকদের উপর একটি সংখ্যাগত জরিপ পরিচালিত হয়েছে।

জরিপে তরুণী, প্রজননক্ষম বয়সের নারী এবং কৃষকদেরও অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে, খাদ্য উৎপাদনকারী এবং ভোক্তা হিসেবে তাদের ভূমিকা বিবেচনা করে। গবেষণায় দিনাজপুর এবং রংপুরের কৃষকদের ব্যক্তিগত অণুপ্রেরণাগুলো যাচাই করার পাশাপাশি কৃষিকাজ, চ্যালেঞ্জ এবং তথ্যের উৎসগুলোর খোঁজ করা হয়েছে।

গঠনমূলক গবেষণা থেকে প্রাপ্ত সাধারণ ফলাফলগুলো কী ছিল?

বাংলাদেশী ভোক্তাদের মধ্যে খাদ্য উৎপাদন, ক্রয় এবং ব্যবহার সম্পর্কে প্রেরণা এবং উদ্বেগ

দিনাজপুর এবং রংপুর উভয় অঞ্চলেই পুষ্টির ধারণা একই রকম। সুস্বাদু খাদ্য বলতে আমরা বুঝি এমন একটি খাবার তালিকা, যেখানে পুষ্টিকর খাদ্যের সঠিক ও পর্যাপ্ত পরিমাণে সমাহার থাকে। এই ধরনের খাবার গ্রহণ নিশ্চিত করে যে শরীর তার প্রয়োজনীয় ভিটামিন, খনিজ, প্রোটিন, শর্করা এবং ফ্যাট সবই পাচ্ছে। তবে দিনের সুস্বাদু খাবার গ্রহণ করার সময় ঘাটতি থেকে যায়। সাধারণ মানুষের মধ্যে সুস্থ থাকার জন্য অত্যাবশ্যিকীয় পুষ্টি ও ভিটামিন সম্পর্কে সচেতনতার অভাব রয়েছে।

"আমি আমার বাচ্চাকে প্রতিদিন ডিম দেওয়ার চেষ্টা করি। এটি একটি ভালো পুষ্টির উৎস কারণ সে এটি খেতে পছন্দ করে এবং আমরা জানি ডিম একটি পুষ্টিকর খাবার।"

মা, দিনাজপুর

স্বভাবতই এবং ঐতিহ্যগতভাবে মায়েরা পরিবারে যত্নশীলের ভূমিকা পালন করেন। সীমিত সম্পদ এবং খাবারের পরিমাণ কম থাকে এমন পরিবারগুলোতে, মায়েরা নিজেদেরকে সবার শেষে রাখেন অথবা তাদের নিজস্ব পুষ্টির চাহিদা বা নিজেদেরই নিজেদের প্রতি কোন মনোযোগ না দিয়ে নিজেদেরকে বঞ্চিত করেন। গর্ভবতী এবং প্রসূতি নারীদের ক্ষেত্রে, খাদ্য গ্রহণ সাধারণত পরিবারের অন্যান্য সদস্যদের মতোই সাধারণ কিছু হয়। যেখানে নিয়মিত খাবার প্ৰস্তুত হয়, সেখানেও গর্ভবতী এবং প্রসূতি নারীদের জন্য কোন বিশেষ রান্না বা খাবারের ব্যবস্থা নেই।

শিশু ও তরুণদের, পুষ্টির তুলনামূলকভাবে বিস্তৃত পড়াশুনা থাকা সত্ত্বেও তাদের দৈনন্দিন জীবনে স্কুলের শিক্ষা অনুসরণ করে না।

অনুশীলন এবং অনুধাবন একসাথে চলে না। পরিবারের আয়ের অবস্থা ছাড়াও, তরুণ এবং শিশুদের পুষ্টির ক্ষেত্রে রুচি একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। পছন্দের সুযোগ পেলে, কমবয়সীরা স্বাস্থ্যকর খাবারের পরিবর্তে এমন খাবার বেছে নিতে চায় যা তাদের কাছে ভালো লাগে।

একটি সাধারণ বাংলাদেশী খাবারের প্লেট মূলত শর্করার উপর নির্ভরশীল। প্রাথমিক গবেষণায় দেখা গেছে, ভাত সবচেয়ে বেশি খাওয়া হয়, এরপর রুচি। দু'টোই সবুজ শাকসবজি, তরকারি অথবা প্রোটিনের সাথে খাওয়া হয়। সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত প্রানিজ প্রোটিন বলা যায় মাছ, তারপর ডিম এবং মুরগি।

ক্রোতাদের একটি বড় অংশ (৭০%) পচনশীল জিনিসপত্র কেনার জন্য সাধারণ বা স্থানীয় বাজার পছন্দ করেন, অন্যদিকে কাছাকাছি দোকানগুলো দৈনন্দিন জিনিসপত্রের জন্য সবচেয়ে উপযুক্ত স্থান। উভয় ধরনের জিনিসপত্রের জন্যেই, ভোক্তারা কাঁচা বাজার এবং সাশ্রয়ী মূল্যের পাশাপাশি অন্যান্য সুবিধাও চান।

দিনাজপুর ও রংপুরের স্থানীয়রা প্রধানত ঘরেই খেতে স্বচ্ছন্দ বোধ করেন। সেখানে বাইরে গিয়ে খাওয়াকে বিশেষ আনন্দের উপলক্ষ হিসেবে দেখা হয়, যা সাধারণত কোনো বিশেষ উদযাপনের অংশ বা অতিরিক্ত খরচের মতো বিবেচিত হয়। রান্নার দায়িত্ব প্রায় সম্পূর্ণরূপে পরিবারের নারী সদস্যদের উপর নির্ভর; খুব কম ক্ষেত্রেই যেখানে স্বামী ছোটখাটো কাজ (খেঁচা ছাড়াও, কাটা ইত্যাদি) করে রান্নায় সাহায্য করেন।

পরিবার, স্বাস্থ্যকর্মী, দোকানদার এবং মিডিয়া (টিভি, ইউটিউব) স্বাস্থ্য ও পুষ্টি সম্পর্কিত তথ্যের সবচেয়ে বিশ্বস্ত উৎস হিসেবে বিবেচিত হয়।



চিত্র ৫: রংপুরের ধাপ শহরের বাজারে তাজা সবজি বিক্রি করছেন একজন পুরুষ সবজি বিক্রেতা।



চিত্র ৬: দিনাজপুরের বড় বাজারে সবজি বিক্রি করছেন একজন নারী সবজি বিক্রেতা।



চিত্র ৭: মা তার সন্তানকে পালাং শাক, ভাত এবং ডিম খাওয়াচ্ছেন।

বাংলাদেশী কৃষকদের মধ্যে খাদ্য উৎপাদন নিয়ে আকাঙ্ক্ষা এবং উদ্বেগ

বাংলাদেশের গড় স্থানীয় কৃষক সাধারণত ৩০-৫৫ বছর বয়সী পুরুষ, যিনি পরিবারের জন্য উন্নত ভবিষ্যৎ নিশ্চিত করতে, একটি টেকসই বিকল্প আয়ের উৎস প্রতিষ্ঠা করতে এবং সন্তানদের উচ্চ শিক্ষা/প্রশিক্ষণের সুযোগ দিতে আগ্রহী। কৃষকরা জমি ও প্রযুক্তির দিক থেকে কৃষিকাজের ক্ষমতা বৃদ্ধি এবং অন্যান্য কৃষকদের জন্য একটি আদর্শ দৃষ্টান্ত হতে চেষ্টা করেন। যেখানে নারী কৃষকদের অংশগ্রহণ ধীরে ধীরে বৃদ্ধি পাচ্ছে।

"আমার শৈশব কেটেছে দারিদ্রের মধ্যে। আমি চাই না আমার সন্তানরাও একই রকম সংগ্রাম করুক। আমি চাই তারা লেখাপড়া করুক এবং ভালো শিক্ষা গ্রহণ করুক।"

কৃষক

কৃষকরা তাদের জীবিকা নির্বাহ নিয়েই উদ্বিগ্ন, ফসলের বাইরে অন্য কিছু তারা চিন্তা করতে পারেন না। তাদের প্রধান ভয় হলো খরচ মেটানোর জন্য ফসলের উপযুক্ত মূল্য না পাওয়া। অন্যান্য প্রধান উদ্বেগের মধ্যে রয়েছে ফসলের ক্ষতি, লাভের পরিমাণ হ্রাস এবং জীবিকা নির্বাহের ব্যয় বৃদ্ধি।

সাক্ষাৎকার নেওয়া অনেক কৃষক বিভিন্ন এনজিও, আইএনজিও এবং সরকারি সংস্থা থেকেও সহায়তা পেয়েছেন। তারা উন্নত উৎপাদন এবং কৃষি পদ্ধতি সম্পর্কে ব্যবহারিক জ্ঞান অর্জনের জন্য পূর্ণাঙ্গ প্রশিক্ষণ পেয়ে থাকেন।



চিত্র ৯: রংপুরে ফার্মার হাবের মালিক তার খামার থেকে টমেটো সংগ্রহ করছেন



চিত্র ৮: কৃষকরা নগরবাসীর জন্য ধাপ শহরের বাজারের বিক্রেতাদের কাছে তাজা ফসল নিয়ে এসেছিলেন।

দিনাজপুর এবং রংপুরে, কৃষকরা উন্নত উৎপাদনশীলতার জন্য নতুন কৌশল গ্রহণের প্রয়োজনীয়তা বোঝেন। তারা দেখেন যে জলবায়ু পরিবর্তন, রোগ এবং পোকামাকড় তাদের নতুন কৌশল বা পণ্য গ্রহণ করতে বাধ্য করে। তাছাড়া, তারা প্রযুক্তির গুরুত্ব বোঝেন এবং এটি গ্রহণ করতে চান, শিক্ষার অভাব থাকার কারণে তারা এটি নিতে ভয় পান।

আমাদের কৃষকদের বিভিন্ন ফসলের সঠিক চাষ সম্পর্কে শেখার জন্য কোর্স ও প্রশিক্ষণের দরকার। কার্যকর ও তথ্যসমৃদ্ধ প্রশিক্ষণ কর্মসূচি তাদের আগ্রহ ও অংশগ্রহণ বাড়াবে।

কৃষক

পরিশেষে, দিনাজপুর এবং রংপুরের কৃষকরা দুটি প্রধান মিডিয়া (টেলিভিশন এবং স্মার্টফোন) ব্যবহার করেন, যার মধ্যে টেলিভিশন সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত হয়। স্মার্টফোন বেশিরভাগই তরণ প্রজন্মের দ্বারা ব্যবহৃত হয়।

"আমি মনে করি টেলিভিশনই সবচেয়ে ভালো উপায়। যদি আমি এমন কোনও অনুষ্ঠান সম্পর্কে জানি যেখানে কৃষিকাজের উপর আধা ঘন্টা অনুষ্ঠান চালানো হয়, তাহলে আমি অবশ্যই সেটা দেখবো।"

কৃষক

সুনির্দিষ্ট সামাজিক বিপণন প্রচারণার গুরুত্ব



চিত্র ১০: দিনাজপুরে কমিউনিটি রিসোর্স ম্যাপিং

এই গঠনমূলক গবেষণাটি নিশ্চিত করতে সাহায্য করেছে যে আর্থিক সীমাবদ্ধতা ছাড়াও, ভোক্তারা কি কি খাবার স্বাস্থ্যকর এবং পুষ্টিকর বলে মনে করেন এবং তাদের ব্যবহার ও উৎপাদন পদ্ধতির মধ্যে কি কি ব্যবধান রয়েছে। এগ্রোইকোলজিক্যাল অনুশীলনের মাধ্যমে

উৎপাদিত পুষ্টিকর খাবার সম্পর্কে ভোক্তাদের ধারণার এই ব্যবধান দূর করার জন্য এবং এই খাবারগুলো ক্রয় ও গ্রহণের ক্ষেত্রে যেকোনো বাধা দূর করার জন্য সামাজিক বিপণন একটি কার্যকর উপায়।

একটি সামাজিক বিপণন পদ্ধতির লক্ষ্য হল নির্দিষ্ট দর্শকদের নিম্নলিখিত চারটি উপায়ের যেকোনো একটিতে তাদের আচরণ পরিবর্তন করতে উৎসাহিত করা:



চিত্র ১১: সামাজিক বিপণন পদ্ধতিতে আচরণ পরিবর্তন করার চারটি উপায়

NICE প্রকল্পের সামাজিক বিপণন প্রচারণা কিভাবে কাজ করছে?

NICE- প্রকল্পের সামাজিক বিপণন প্রচারণা বিভিন্ন শ্রেণির মানুষের মাঝে-গর্ভবতী ও প্রসূতি নারী, ছোট শিশুর মা-বাবা, কিশোর-কিশোরী, তাদের অভিভাবক এবং কৃষক গোষ্ঠীর মধ্যে সচেতনতা বৃদ্ধি করেছে। এই প্রচারণার মূল লক্ষ্য ছিল অনুপ্রেরণামূলক ও ইতিবাচক উপায়ে পুষ্টিকর, বৈচিত্র্যময়, পরিষ্কার ও স্থানীয় খাবার সম্পর্কে সচেতনতা বৃদ্ধি।

এই প্রসঙ্গে, একটি স্থানীয় এডভার্টাইজিং প্রতিষ্ঠান "সুকৃষি" নামে একটি ব্র্যান্ডেড এবং নির্দিষ্ট সামাজিক বিপণন প্রচারণা তৈরিতে সহায়তা করেছিল, "জীবনে মঙ্গল আনুন" ছিলো যেটার প্রধান একটি বার্তা। নির্দিষ্ট অংশগ্রহণকারীদের বিভিন্ন রকমের গল্প ছিলো। জীবনে তাদের নিজস্ব চ্যালেঞ্জ, বাঁধা জয় করার এবং অনুপ্রেরণামূলক গল্প রয়েছে। বিভিন্ন সুনির্দিষ্ট দর্শকদের মধ্যে সমস্ত পার্থক্য থাকা

সত্ত্বেও, একটি বিষয় তাদেরকে এক করেছে তা হল একটি উন্নত জীবন লাভের আকাঙ্ক্ষা। তাই প্রচারণার ট্যাগ-লাইন ছিল: "আমরা যে মঙ্গল এনেছি", "সক্রিয় অংশগ্রহণের আহ্বান" এবং "একটি স্বপ্নের কথা বলে"। এই সামাজিক বিপণন প্রচারণার প্রথম পর্যায়টি ৩ মাস ধরে চলেছিল।



চিত্র ১২: NICE প্রকল্পের বাংলাদেশ-নির্দিষ্ট ভ্যালু চেইনের কিছু সবজি বেগুন, করলা এবং শসা

এই সামাজিক প্রচারণার প্রথম ধাপে তিনটি প্রধান মাধ্যমে কাজ শুরু করা হয়েছে



› **র্যালি** - কোন কিছুর সমর্থন বা মতপ্রকাশের জন্য একটি জনসমাবেশ। NICE-প্রকল্প সামাজিক বিপণন প্রচারণায়, এই "র্যালি" গুলো দিনাজপুর এবং রংপুর জেলায় এগ্রোইকোলজিক্যাল পদ্ধতি ব্যবহার করে উৎপাদিত খাদ্যের মাধ্যমে সচেতনতা তৈরি এবং উন্নত পুষ্টি সমর্থন করার জন্য অনুষ্ঠিত হয়েছিল। উভয় জেলায় মোট ৪০০-৪৫০ জন অংশগ্রহণকারী সমাবেশে অংশগ্রহণ করেছিলেন।



› **"উঠান বৈঠক" শীর্ষক ফোকাস গ্রুপ আলোচনা:** দিনাজপুর এবং রংপুর জেলার গর্ভবতী নারী, প্রসূতি মা এবং কিশোর-কিশোরীদের লক্ষ্য করে এই ১ ঘন্টার আলোচনা অনুষ্ঠিত হয়েছিল। ২২শে মে থেকে ৩রা জুন, ২০২৩ সালের মধ্যে মোট ৩০টি উঠান বৈঠক অনুষ্ঠিত হয়েছিল। মূল বার্তাগুলো ছিল এগ্রোইকোলজির প্রভাব এবং উপকারিতা এবং পুষ্টির গুরুত্ব সম্পর্কে।



› **ফারমার্স হাব মেলা:** মেলায় ফারমার্স হাব মালিকরা সক্রিয়ভাবে অংশগ্রহণ করেছিলেন এবং তাদের উৎপাদিত পণ্য প্রদর্শন করেছিলেন। এই মেলা তাদের আঞ্চলিক অঞ্চলে কেন্দ্রগুলোর বিপণন এর মতো কাজ করেছিল এবং কৃষকরা সরাসরি ক্রেতার সাথে যোগাযোগ করার সুযোগ পেয়েছে। তাছাড়া, স্থানীয় সরকার কর্তৃপক্ষ এবং সংশ্লিষ্ট স্টেকহোল্ডাররা এই মেলায় উপস্থিত ছিলেন। এই মেলাগুলো সম্প্রদায়ের ঐক্য, প্রতিভার প্রদর্শন এবং অন্তর্ভুক্তিমূলক অংশগ্রহণকে উৎসাহিত করে, জেলা সংস্কৃতিকে সমৃদ্ধ করে।

সামাজিক বিপণন প্রচারণার মনিটরিং ও মূল্যায়ন কীভাবে সাহায্য করেছে?

সামাজিক বিপণন এর (পূর্বের এবং পরের) প্রভাব মূল্যায়নের জন্য মনিটরিং ও মূল্যায়ন (M&E) করা হয়েছিল। M&E এর মূল ফলাফলগুলো ভোক্তা এবং কৃষকদের মধ্যে এগ্রোইকোলজি পদ্ধতি ব্যবহার করে উৎপাদিত পুষ্টিগর খাবার সম্পর্কে সচেতনতার স্তর মূল্যায়ন করতে সহায়তা করে।

প্রায় ৬০% উত্তরদাতা "পরিবারের সদস্য বা বন্ধুর মাধ্যমে" প্রচারণাটি শুনেছেন বা সম্পর্কে জানতে পেরেছেন, এবং তাদের মুখে মুখে ইতিবাচক বক্তব্য পেশ করেছেন।

প্রচারণার মাধ্যমে স্থানান্তরিত শীর্ষ জ্ঞান ছিল:

১. উন্নত খাদ্য গ্রহণের অভ্যাস
২. স্বাস্থ্যকর খাবার কিনুন
৩. উন্নত কৃষিকাজ পদ্ধতি

স্বাস্থ্যের মানদণ্ড হিসেবে "রোগের অনুপস্থিতি" এবং "শক্তিশালী রোগ প্রতিরোধ ক্ষমতা" এর হার যথাক্রমে ৬৭% থেকে বেড়ে ৮৯.৭%, ৪০% এবং ৬২.১% হয়েছে। পুষ্টির হিসেবে "বৃদ্ধি এবং সুস্থ রাখতে সাহায্য করে এমন খাবার" গ্রহণের হার ৭৭% থেকে বেড়ে ৯১.৮% হয়েছে।

কৃষকদের দিক থেকে, ধান এবং সবুজ শাকসবজি সবচেয়ে বেশি চাষ করা হয়েছিল, ৯৮.৪% কৃষক এই ফসল চাষ করেছিলেন, এরপরেই ভুট্টা (৯৫.১%) এবং বেগুন (৮৮.৫%)। পণ্য বিক্রির স্থানের জন্য, স্থানীয় বাজারে কৃষকদের বিক্রির শতাংশ বেজলাইনে ৮০.৮% থেকে এন্ডলাইনে ৮৮.৫% এ উন্নীত হয়েছে। পাইকারি কৃষকদের বিক্রির শতাংশ সরাসরি ৩০.৮% থেকে ৩৬.১% এ বৃদ্ধি পেয়েছে এবং ন্যায্য বাজার মূল্য না পাওয়ার বিষয়ে তারা উদ্বেগ ছিল। অন্যদিকে, উচ্চ পরিবহন খরচের সম্মুখীন হওয়ার কথা উল্লেখ করে, শহরের বাজারে কৃষকদের তাদের পণ্য পাঠানোর হার ২৬.৯% থেকে কমে ১৮.০% হয়েছে। "এগ্রোইকোলজি" শব্দটির সাথে পরিচিতি শেষমেষ দুই শহরেই ১০০% হয়েছে, যেখানে বেজলাইনে ২৬.৯% ছিল, এবং এগ্রোইকোলজিকে বেশিরভাগ ক্ষেত্রে বোঝানো হয়েছিল কম রাসায়নিক সার (২৩.৮%) এবং বালাইনাশক (১৪.৩%) ব্যবহারের উপর জোর দেওয়া হিসাবে।



চিত্র ১৩: দিনাজপুরে কৃষকদের কেন্দ্র মেলা

এগ্রোইকোলজির মাধ্যমে অনুভূত জ্ঞান নিম্নলিখিত বিষয়গুলো নির্দেশ করে:

- › নিরাপদ খাদ্য, রাসায়নিক মুক্ত
- › স্বাস্থ্য, পরিবেশ এবং জমির জন্য উপকারী
- › ভোক্তারা নিরাপদ খাবার গ্রহণ করতে পেরে খুশি
- › মাটির উর্বরতা রক্ষা হয়
- › শাকসবজি গ্রহণের হার বৃদ্ধি

জৈব সারের জ্ঞান এবং ব্যবহার উল্লেখযোগ্য উন্নতি হয়েছে, প্রাথমিক স্তর ৫৬.৪% থেকে ৬৮.৯% এ পৌঁছেছে। একইভাবে, জৈব বালাইনাশ এর জ্ঞান এবং ব্যবহার বেজলাইনে ৩৩.৩% থেকে বৃদ্ধি পেয়ে শেষ পর্যায়ে ৫২.৫% হয়েছে। অবশেষে, কৃষকদের তাদের ফসলের ধরণ পরিবর্তনের জন্য উন্মুক্ত শতাংশ বেজলাইনে ৮৫.৯% থেকে বেড়ে এন্ডলাইনে ৯৬.৭% হয়েছে।

দ্বিতীয় ধাপের সম্ভাবনা

চাহিদা তৈরির কৌশলের দ্বিতীয় ধাপে নির্দিষ্ট ভ্যালু চেইনগুলোর সাথে একটি স্পষ্ট সংযোগ তৈরির উপর ফোকাস করা হয়েছে কারণ এগুলো শহরের বাজারে আরও সহজলভ্য হয়ে ওঠে।

সমন্বিত সামাজিক বিপণন ও পদ্ধতিগত উদ্যোগের মাধ্যমে ভোক্তা, উৎপাদক ও স্থানীয় প্রতিষ্ঠানদের একসাথে কাজ করতে উৎসাহিত করে ক্রয় ও ভোগের অভ্যাসে ইতিবাচক পরিবর্তন আনা যায়। উল্লেখযোগ্যভাবে, সামাজিক বিপণন কৌশলটি যেমন কৌশলগতভাবে পুষ্টিকর ভ্যালু চেইনের মাধ্যমে বিক্রি করে এমন বিক্রেতাদের আনার উপর ফোকাস করে তেমন ভোক্তাদের এই খাবারগুলো কিনতে উৎসাহিত করার জন্যেও বার্তা প্রদান তাদের বিক্রেতাদের সমর্থন প্রদান করে। ভোক্তাদের জন্য, সামাজিক বিপণন কৌশলটি ভ্যালু চেইনের সাথে সহজ, সুস্বাদু, সাশ্রয়ী মূল্যের এবং পুষ্টিকর খাবার প্রস্তুত করার ক্ষেত্রে মায়েদের আস্থা তৈরি করার উপর জোর নজর দেয় এবং পিতাদের তাদের পরিবারের সুস্থতার জন্য বিনিয়োগ করতে উদ্বুদ্ধ করে। কৌশলটি বিষয়ে খেলা-ভিত্তিক শিক্ষার মাধ্যমে তরুণদের লক্ষ্য করে কৌতূহল জাগানোর চেষ্টা করে।

সমস্ত কার্যকলাপের স্থানীয় মালিকানা এবং টেকসইতা নিশ্চিত করার জন্য, একটি টুলকিট তৈরি করা হচ্ছে যা বিদ্যমান গঠনমূলক গবেষণা এবং সম্পাদিত প্রচারণা থেকে প্রাপ্ত শিক্ষাগুলোকে কাজে লাগাচ্ছে।

কিটিটিতে রয়েছে:

- ক) পুষ্টিবিদ এবং কমিউনিটি স্বাস্থ্যকর্মীদের লক্ষ্য করে সামাজিক বিপণন এবং প্রেরণামূলক সাক্ষাৎকার সহ একটি অংশগ্রহণমূলক প্রশিক্ষণ উপাদান,
- খ) মায়েদের খাদ্যভাষ্যে ছোট, কিন্তু কার্যকর পরিবর্তন আনার ক্ষেত্রে তাদের ব্যবহারিক দক্ষতা এবং আত্মবিশ্বাসকে ইতিবাচকভাবে উৎসাহিত করা এবং বৃদ্ধি করার লক্ষ্যে সম্প্রদায় এবং সিস্টেম স্তরের কার্যক্রমের একটি সিরিজ।

সূত্র:

বিশ্ব স্বাস্থ্য সংস্থা (WHO)। WHO নতুন প্রতিশ্রুতি [ইন্টারনেট] সহ পুষ্টি লক্ষ্যমাত্রা অর্জনের কাজ ত্বরান্বিত করছে। ২০২১ [উদ্ধৃত ২০২০ মে ৫]।

লিংক: <https://www.who.int/news/item/07-12-2021-who-accelerates-work-on-nutrition-targets-with-new-commitments> থেকে

জাতিসংঘ শিশু তহবিল (ইউনিসেফ)। পুষ্টি, প্রতিটি শিশুর জন্য - ইউনিসেফ পুষ্টি কৌশল ২০২০-২০৩০ [ইন্টারনেট]। ২০২০ [উদ্ধৃত ২০২০ মে ৫]।

লিংক: <https://www.unicef.org/media/91741/file/UNICEF-Nutrition-Strategy-2020-2030-Brief.pdf> থেকে।

FAO। গঠনমূলক গবেষণা। FAO টার্ম পোর্টাল [ইন্টারনেট]। [উদ্ধৃত ২০২০ এপ্রিল ১১]।

লিংক: <https://www.fao.org/faoterm/viewentry/en/?entryId=162328> থেকে।

আন্তর্জাতিক সামাজিক বিপণন সমিতি। সামাজিক বিপণন কী? [ইন্টারনেট]। iSMA। ২০১৩ [উদ্ধৃত ২০২০ এপ্রিল ১১]।

লিংক: <https://isocialmarketing.org/> থেকে।

হোম। এগ্রোইকোলজি নলেজ হাব। জাতিসংঘের খাদ্য ও কৃষি সংস্থা [ইন্টারনেট]। [উদ্ধৃত ২০২০ এপ্রিল ১১]।

লিংক: <http://www.fao.org/agroecology/home/en/> থেকে।

গ্লোবাল অ্যালায়েন্স ফর ইমপ্লুভড নিউট্রিশন (GAIN)। এঅওঘ-এর পুষ্টিকর এবং নিরাপদ খাবারের সংজ্ঞা। জেনেভা, সুইজারল্যান্ড; ২০২১। রিপোর্ট নং: ব্রিফিং পেপার #৮।

পার্ল্যান্স কনসাল্টিং সার্ভিসেস লিমিটেড - চূড়ান্ত প্রতিবেদন। উত্তর বাংলাদেশের খাবারের ধরণ এবং পুষ্টিকর খাদ্য গ্রহণের পরিস্থিতি বোঝা। জানুয়ারী ২০২০।

গ্রুপ অ্যাডভারটাইজিং বাংলাদেশ লিমিটেড, সিনজেন্টা ফাউন্ডেশন ফর সাসটেইনেবল এগ্রিকালচার, এনআইসিই - "সিটি ইকোসিস্টেমে পুষ্টি" প্রকল্পের জন্য যোগাযোগ প্রচারণা। ২০২০।

গ্রুপ অ্যাডভারটাইজিং বাংলাদেশ লিমিটেড, সিনজেন্টা ফাউন্ডেশন ফর সাসটেইনেবল এগ্রিকালচার, এনআইসিই - প্রচারণার বিভিন্ন দিক। ২০২০।

সিটি ইকোসিস্টেমগুলোতে পুষ্টি (NICE) - M&E বাংলাদেশ - এন্ডলাইন রিপোর্ট। জুলাই, ২০২০।

লেখক: সাইট অ্যান্ড লাইফ ফাউন্ডেশন

NICE প্রকল্পটি সুইস এজেন্সি ফর ডেভেলপমেন্ট অ্যান্ড কো-অপারেশন দ্বারা সমর্থিত এবং একটি পাবলিক-প্রাইভেট কনসোর্টিয়াম দ্বারা বাস্তবায়িত হয় যার মধ্যে রয়েছে সুইস ট্রান্সপারেন্ট অ্যান্ড পাবলিক গ্লোবাল ইনস্টিটিউট, উএকই জুরিখ এবং সাইট অ্যান্ড লাইফ ফাউন্ডেশন।

আরও তথ্য NICE ওয়েবপেজে পাওয়া যাবে :

<https://nice.ethz.ch/>